

Asiakaspalveluprosessin kehittäminen CASE: Live Nation Finland Oy



Vuorinen, Johanna

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

ASIAKASPALVELUPROSESSIN KEHITTÄMINEN
CASE: LIVE NATION FINLAND OY

Johanna Vuorinen
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-
johdon koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu 2010

Johanna Vuorinen

Asiakaspalveluprosessin kehittäminen, CASE: Live Nation Finland Oy

Vuosi 2010

Sivumäärä _____

Tämän opinnäytetyön aiheena on asiakaspalveluprosessin kehittäminen yritykselle Live Nation Finland Oy. Käytännössä kohdeyritykselle kehitettiin verkossa toimiva työkalu niin asiakkaiden kuin itse yrityksen tarpeita huomioiden.

Kehitystehtävä aloitettiin perehtymällä valittuihin keskeisiin käsitteisiin, joita olivat asiakastyytyväisyys, palvelun laatu ja riskien kartoittaminen ja hallinta. Tutkimusongelmana oli selvittää, miten kehittää asiakaspalveluprosessia. Tutkimuskysymyksellä haettiin vastausta siihen mitä keinoja käyttämällä ohjelmasta saadaan paras mahdollinen hyöty.

Kehitystehtävän toteuttamiseen käytettiin kvantitatiivista sekä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineisto kerättiin asiakastyytyväisyyskyselynä, joka suoritettiin kokonaistutkimuksena kaikille Live Nation Finland Oy:n 76 asiakkaalle. Vastauksia saatiin yhteensä 64 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 84,2 %. Kyselylomake koostui monivalintakysymyksistä. Kvalitatiivinen tutkimus koostui haastatteluista, jonka avulla pyrittiin kartoittamaan ohjelman aiheuttamia riskejä.

Asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksien mukaan kohdeyrityksen asiakkaat olivat kaiken kaikkiaan tyytyväisiä uuteen ohjelmaan. Haastattelussa ilmenneet ongelmat pyrittiin korjaamaan jo testivaiheessa, joten valmis ohjelma oli mahdollisimman riskitön. Kaiken kaikkiaan tutkimus onnistui täyttämään tavoitteensa, ja kohdeyritys sai tarvitsemansa tiedot.

Asiasanat: Asiakastyytyväisyys, palvelun laatu, kehittäminen, riskien kartoittaminen ja hallinta

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus	7
1.2	Tutkimuksen rajaus ja tutkimuskysymys.....	7
2	Kohdeyrityksen kuvaus.....	8
2.1	Tilanne ennen ohjelman kehittämistä.....	9
2.2	Ohjelman suunnittelu ja kehittäminen.....	10
2.3	Ohjelman testaaminen ja käyttöönotto.....	10
3	Asiakaspalveluprosessin käsitteitä	11
3.1	Asiakastyytyväisyys ja sen mittaaminen	11
3.2	Palvelun laatu.....	12
3.3	Riskien kartoittaminen ja hallinta	13
4	Käytetyt tutkimusmenetelmät.....	15
4.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	15
4.2	Kvalitatiivinen tutkimus.....	15
4.3	Tutkimusmenetelmien käyttö.....	16
4.4	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	16
5	Tutkimustulokset.....	17
5.1	Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset	17
5.2	Haastattelu.....	21
6	Yhteenveto	22
	Lähteet	25
	Kuviot.....	26
	Taulukot	27
	Liite 1. Asiakastyytyväisyyskysely	28
	Liite 2. Haastattelukysymykset.	31

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on asiakaspalveluprosessin kehittäminen Live Nation Finland Oy:lle. Käytännössä Live Nation Finland Oy:lle kehitetään verkossa toimiva työkalu asiakkaita, työntekijöitä sekä palkanmaksuprosessin helpottamista varten. Ohjelma kehitettiin yhteistyössä Codeco Solutions & Consulting kanssa. Ohjelman kehittäminen alkoi helmikuussa 2008 ja ohjelma oli valmis asiakaskäyttöön vuoden 2009 alussa.

Opinnäytetyön tavoitteena on tehdä asiakaspalveluprosessi toimivammaksi, sekä tällä tavoin parantaa palvelun laatua. Tavoitteena on myös helpottaa palkanmaksuprosessia, sekä työvuorojen täyttämistä henkilöstövuokrauksen saralla. Ohjelma kehitetään nimenomaan henkilöstövuokrausprosessia varten, asiakkaan tilauksen ja työvuorojen täyttämisen tehostamiseksi.

Työni puolesta olisin päässyt kehittämään ohjelmaa joka tapauksessa, ja kun samoihin aikoihin täytyi valita opinnäytetyön aihe, päätin ottaa sen aiheeksi. Asiakaspalveluprosessi ja palvelun laatu ovat sellaisia asioita, joiden kanssa olen tekemisissä päivittäin jo pelkästään työssäni. Uutena aiheena tuli riskien hallinta, johon pääsen syventymään juuri nyt opinnäytetyötä tehdessäni. Haluan oppia uutta ja samalla pyrkiä syventämään jo oppimaani ja osaamiani aihealueita.

Opinnäytetyön alussa selvitän opinnäytetyön tavoitteet ja tarkoituksen, jonka jälkeen tulevat tutkimuksen rajaus ja tutkimuskysymys. Tämän jälkeen selvitän tutkimusmenetelmät sekä keskeiset käsitteet. Opinnäytetyössä kerron myös yrityksestä, Live Nation Finland Oy:stä, ja siitä miten ohjelman kehittämisen eri vaiheet etenivät. Opinnäytetyön lopussa tulevat asiakastytyväisyystutkimus, haastattelun erittely sekä kehitystehtävän yhteenveto.

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus

Tavoitteena opinnäytetyössä on tehdä asiakaspalveluprosessia toimivammaksi sekä vaivattomammaksi asiakkaan näkökulmasta. Opinnäytetyössä tutkitaan asiakastytyvääisyyttä tarkastelemalla palvelun laatua. Tärkeää on myös riskien kartoittaminen sekä hallinta, koska ohjelma kehitetään ensimmäistä kertaa, ja toimiihan se täysin verkkopohjisena.

Opinnäytetyön tarkoituksena on saada aikaan toimiva ohjelma, joka palvelee sekä itse yrityksen että asiakkaiden tarpeita. Tutkimuksessa yhdistetään kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta ja sen lähteinä käytetään teoriaa, asiakastytyvääisyyslomaketta ja haastattelua.

1.2 Tutkimuksen rajaus ja tutkimuskysymys

Opinnäytetyön pääkäsitteitä ovat asiakastytyvääisyys sekä palvelun laadun kehittäminen. Alakäsitteenä on riskien hallinta. Sitä kautta pystytään määrittämään, miten ohjelma saadaan mahdollisimman idioottivarmaksi ja näin yrityksen käyttöön mahdollisimman turvallisesti. Riskien tunteminen ja niiden varalta suojautuminen lisää turvallisuutta, riskit tuleekin nähdä kokonaisuutena, pilkkomatta aluetta liiallisilla yksityiskohdilla.

Tutkimuskysymyksenä on ”Miten kehittää asiakaspalveluprosessia?”. Tutkimuskysymyksellä haetaan vastausta siihen mitä keinoja käyttämällä ohjelmasta saadaan paras mahdollinen hyöty. Lisäksi sillä pyritään selvittämään sitä, mistä asiakaspalveluprosessi koostuu, ja miten palvelun laatua voidaan kehittää.



Kuva 1: Tutkimuskysymys ja mitä kautta aihetta tutkitaan

2 Kohdeyrityksen kuvaus

Työskentelin Live Nation Finland Oy:lle opiskelujeni ohessa. Työtehtäviini siellä kuului ravintolapuolen henkilöstövuokrauksen päivittäiset asiat pääkaupunkiseudulla, joka sisälsi muun muassa rekrytointin, palkanmaksuprosessiin osallistumisen, sekä tilapäistyöntekijöiden kordinoinnin niin pääkaupunkiseudulla kuin kesän festivaaleillakin. Opinnäytetyökseni valitsin jo kauan suunnitellun asiakaspalveluprosessia helpottavan ohjelman kehittämisen.

Welldone Agency & Promotion Oy perustettiin vuonna 1990. Suomen johtavasta tapahtumajärjestäjistä tuli osa globaalia Live Nationia vuonna 2000 ja helmikuussa 2008 nimi muuttui Live Nation Finland Oy:ksi. Noin 600 tapahtumaa vuodessa järjestävän Live Nation Finlandin liikevaihto vuonna 2009 tulee olemaan 48,5 miljoonaa euroa. Itse tuottamiensa tapahtumien lisäksi Live Nation Finland toimii markkinointikonsulttina (Disney On Ice) sekä välittää artisteja rockklubeille ja konserttisaleihin ympäri Suomea sekä keskeisille festivaaleille, kuten Helsingin juhlaviikoille, Pori Jazziin, Provinssirockiin ja Ruisrockiin. (Live Nation Finland Oy 2009.)

Kansainvälisen toimintansa ohella Live Nation Finland edustaa monia suomalaisia eturivin artisteja. Tähän merkittävään joukkoon kuuluvat muun muassa HIM, Sunrise Avenue, The 69 Eyes, The Rasmus ja Von Hertzen Brothers. Suomen keikkamyynnin lisäksi Live Nation Finland edistää aktiivisesti artistiensa uraa ulkomailla. (Live Nation Finland Oy 2009.)

Live Nation Finland on myös Suomen johtava ravintolakonsultti ja mekaanisen viihteen välittäjä. Live Nation Finland omistaa Events Club Oy:n, pohjoismaiden suurimman viihdealan kanta-asiakasjärjestelmän. Live Nation organisoii suuria musiikkitapahtumia, varmistaa viihteen korkeaa tasoa lukuisissa ravintoloissa ja siellä missä ikinä ihmiset haluavat viihtyä. Live Nation tuottaa myös ravintoloitsijoille ja tapahtumajärjestäjille DJ- ja ohjelmalveluja, vuokraa henkilöstöä ja tarjoaa musiikkikonsultaatiota. (Live Nation Finland Oy 2009.)

Kehitettävä ohjelma on ensisijaisesti työkalu henkilöstövuokraukselle, jota voidaan mahdollisesti kehittää tulevaisuudessa koko konsernin työkaluksi. Ideaalitilanne olisi, että jonain päivänä myös keikkamyynnit ja ohjelmalvelut voitaisiin hoitaa kyseisen ohjelman kautta.

2.1 Tilanne ennen ohjelman kehittämistä

Ennen ohjelmaa, asiakkaat hoitivat tilapäistyöntekijöiden tilaamisen joko puhelimitse tai sähköpostilla. Tätä varten yrityksellämme oli käytössä ns. päivystyspuhelin, joka oli aina tavoitettavissa. Päivystyspuhelimien olemassaololla oli tietenkin sekä hyvät, että huonot puolet. Ongelmaksi puhelimitse tehdyissä tilauksissa muodostui se, että asiakkainamme on niin lounasravintoloita, oluthuoneita kuin yökerhojakin, joiden aukioloajat vaihtelevat toisistaan suuresti. Esimerkiksi yökerhojen päälliköt saattavat tietää seuraavan päivän tarpeensa vasta yömyöhään tai vasta ravintolan sulkeuduttua aikaisin aamulla, jolloin puhelimitse asioiminen on vähintäänkin hankalaa.

Ongelmaksi muodostui myös omien tilapäistekijöidemme tavoitettavuus eri vuorokauden aikoina, koska he elävät sen vuorokausirytmien mukaan mitä vuoroa juuri sillä hetkellä ovat tekemässä. Myös asiakaspalaute saatiin joko puhelimitse tai sähköpostilla. Osa asiakkaistamme tarjosi vuoroja suoraan työntekijöillemme, joiden toivoivat tekevän heillä vuoroja. Tämä puolestaan oli hyvä kohdeyrityksen kannalta, ja siitä myös ohjelman kehittämisen idea syntyi. Pyrkimyksenä siis oli häivyttää ns. välikäsi vuorojen täyttämisestä.

2.2 Ohjelman suunnittelu ja kehittäminen

Ohjelman suunnittelu aloitettiin yhteistyökumppanin etsimisellä. Yhteistyökumppaniksi valittiin Codeco Solutions & Consulting, joka on vuonna 2007 perustettu ohjelmistoalan yritys. Tarkoituksena oli, että Codeco Solutions & Consulting jatkaa teknisenä tukena vielä ohjelman valmistumisen jälkeenkin, joka loi kehittämiselle jo alkumetreillä turvaa. Itse suunnittelutyö aloitettiin vuoden 2008 alussa, ja heti ensimmäiseksi tuli tehdä ohjelman sisällön kartoitus.

Yhteistyössä Codecon edustajan kanssa listasimme tärkeimpiä elementtejä ohjelman suhteen, joista tärkeimpänä oli juuri palveluprosessin selkeyttäminen. Tuli kehittää palvelin, joka automaattisesti lähettäisi asiakkaan valitseman työvuoron hakuun valitsemilleen henkilöille.

Codecon tehtäväksi jäi palvelimen ylläpito ja huolto, Live Nationille taas asiakkaiden tiedottaminen ja kouluttaminen ohjelman käyttöön sekä palvelimen päivittäminen, eli uusien työntekijöiden lisääminen ja tietojen käsittely. Tutkimuksen vuoksi tuli myös valita kaksi asiakasta, jotka auttaisivat määrittämään tarpeelliset palvelut, ja he myös testaisivat ohjelman ennen sen käyttöönottoa.

2.3 Ohjelman testaaminen ja käyttöönottaminen

Kun palvelimen tärkeimmät elementit oli luotu, ja palvelin oli valmis testikäyttöön, tuli lisätä testiasiakkaat palvelimeen sekä tusinan verran työntekijöitä, jotka pääsääntöisesti työskentelevät kohdeyrityksen kautta kyseisille asiakasravintoloille. Tämän jälkeen ohjelmassa oli testiasiakkaiden ja työntekijöiden kouluttaminen ohjelman käyttöön. Kävin itse henkilökohtaisesti asiakkaiden luona tekemässä koulutuksen, työntekijät tulivat kohdeyrityksen tiloihin yhteiseen koulutukseen.

Ohjelman demovaiheessa pystyimme vielä tekemään muutoksia ohjelman sisältöön, aina kun parannusehdotuksia tai ongelmia tuli vastaan. Pääsääntöisesti ohjelman testikäyttö kuitenkin sujui odotuksien mukaan ongelmitta, ja pystyimme melko nopeasti ottamaan ohjelman muidenkin asiakkaiden käyttöön.

Kun ohjelma oli ollut asiakkaiden käytössä muutaman kuukauden, lähetin heille valmistelemani asiakastytyväisyyslomakkeen, jonka olin valmistellut opinnäytetyötäni varten. Lomakkeen oli tarkoitus mitata asiakkaiden tyytyväisyyttä ohjelmaan ja tätä kautta palvelun laatuun. Keskeisimmät käsitteet täten opinnäytetyössäni ovatkin asiakastytyväisyys ja palvelun laatu.

3 Asiakaspalveluprosessin käsitteitä

Tässä kappaleessa esittelen opinnäytetyöni keskeisimpiä käsitteitä, joiden tarkoituksena on kertoa työn sisällöstä. Opinnäytetyöni keskeisin käsite on asiakastyytyväisyys, jota avaan ensimmäiseksi. Muita käyttämiäni käsitteitä ovat palvelun laatu ja riskien hallinta.

3.1 Asiakastyytyväisyys ja sen mittaaminen

Asiakkailla on tietyt odotukset yrityksen palveluiden ja tuotteiden suhteen. Näihin odotuksiin vaikuttavat muun muassa aiemmat kokemukset, yrityksen imago ja asiakkaiden tarpeet. Asiakastyytyvyyteen pyrkiessään yrityksen tulisivin pystyä täyttämään tai ylittämään asiakkaan odotukset. (Lecklin 2006, 91.)

Asiakastyytyväisyys kuvataan useassa lähteessä asiakkaan odotusten täyttymisellä tai niiden suhteella. Mikäli kokemukset vastaavat odotuksia, asiakkaan voi olettaa olevan tyytyväinen. Odotusten alittaminen vastaavasti tekee asiakkaasta tyytymättömän. (Mäntyneva 2000, 125.) Asiakastyytyväisyys syntyy muun muassa seuraavista osatekijöistä: tyytyväisyys tuotteen tai palvelun laatuun, tyytyväisyys asiakassuhteiden hoitoon, yhteisön maine/imago, yhteisön luotettavuus ja uskottavuus, tuotteen/palvelun hinta ja kustannukset, vuorovaikutussuhteiden laatu sekä kaikki edellä mainitut seikat verrattuna kilpailijoihin (Lahtinen & Isoviita 2001, 123).

Live Nation Finland Oy on lähinnä tunnettu tapahtumajärjestäjänä ja promootioyrityksenä. Yritys on kansainvälinen ja vielä pörssiyhtiönäkin tunnettu, joka helposti antaa asiakkaalle vahvan ja luotettavan kuvan yrityksestä. Kun yritys omaa näin vahvan imagon, on sen palvelujen myyminen helppoa, koska asiakkaalla on jo jonkinlainen käsitys yrityksestä.

Uuden ohjelman ja asiakaspalveluprosessin laatiminen ei tässä tapauksessa maksa asiakkaille mitään ylimääräistä, joten tässä tapauksessa kustannusten ei vaikuta asiakastyytyvyyteen millään tavalla. Vuorovaikutussuhteet taas asiakkaan ja yrityksen välillä tulevat muuttumaan lähes kokonaan, koska vuorovaikutus siirrettäisiin nyt verkkopalvelun kautta käytäväksi. Tämä tuleekin olemaan suurin ongelma asiakkaiden silmissä, koska ns. henkilökohtaista kontaktia yritykseen tai yrityksen edustajaan ei enää olisi niin paljon.

Asiakastyytyväisyys voidaan jakaa tapahtumakohtaiseen tyytyväisyyteen ja kokonaistyytyväisyyteen. Tapahtumakohtaisella tyytyväisyydellä tarkoitetaan asiakkaan tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä yksittäiseen palvelutilanteeseen. Kokonaistyytyväisyys taas tarkoittaa asiakkaan kokonaisvaltaista tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä koko organisaation toimintaa koh-

taan. (Lahtinen, 85.) Jos asiakas on kokonaistyytyväinen yrityksen palveluun, ei yksittäisellä palvelukokemuksella tuolloin ole niin paljoa merkitystä. Mutta toisaalta jos ensimmäinen palvelukokemus on huono, se voi aiheuttaa kokonaisvaltaista tyytymättömyyttä jota voi olla myöhemmin vaikea muuttaa. Tämä onkin yksi ohjelman käyttöönoton suurimmista riskeistä, josta enemmän myöhemmin.

Asiakaspalvelua mitataan usein asiakastyytyväisyystutkimuksella. Tällaisella tutkimuksella on mahdollisuus saada tietoa koko palvelukokonaisuudesta, sillä tutkimuksen kohteina voivat olla muun muassa asiakkaiden kokema ensivaikutelma, palvelun joustavuus ja asiantuntemus sekä palveluympäristö (Lahtinen 2001, 81). Tässä tapauksessa tutkimus tulee olemaan haasteellinen, koska siinä mitataan ohjelman toimivuutta ja käytännöllisyyttä asiakkaan silmissä, eikä tällöin normaalia henkilökohtaista palvelua ole saatavilla, jota yleensä mitataan tällaisilla tutkimuksilla.

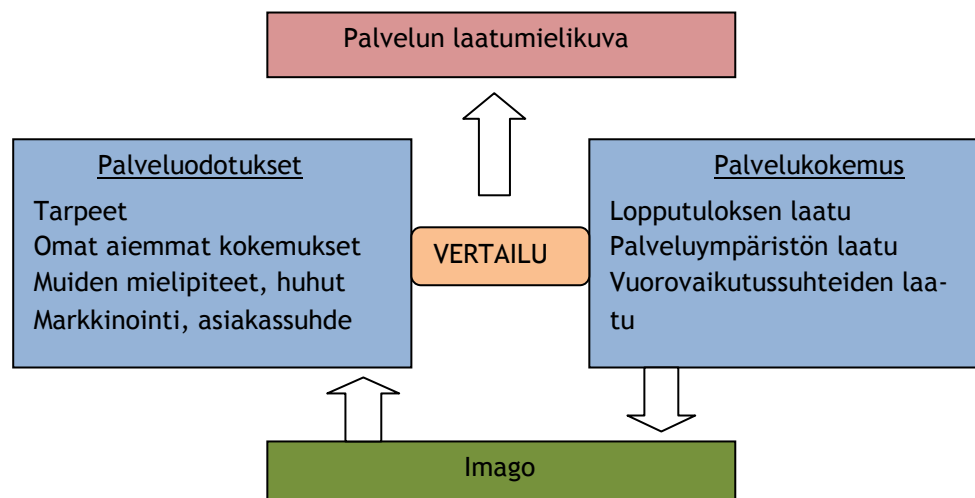
3.2 Palvelun laatu

Yleisesti laadulla tarkoitetaan asiakkaan tarpeiden täyttämistä yrityksen kannalta mahdollisimman tehokkaalla ja kannattavalla tavalla (Lecklin 2005, 18). Asiakaskeskeisyys taas edellyttää, että palvelun laatua pyritään tarkastelemaan asiakkaan silmin. Laatu onkin tavallaan asiakkaan muodostama yleinen näkemys tuotteen tai palvelun onnistumisesta. Vain asiakas voi kertoa, onko laatu hyvä vai huono, eli vastaako laatu sitä, mitä asiakas odottaa (Oakland 1998, 27).

Palvelukokemuksen laadukkuus muodostuu palveluympäristön, vuorovaikutussuhteiden ja palvelun laadun yhteissummaksi. Ensivaikutelma syntyy jo ensimmäisten hetkien aikana. Näin syntynyt kuva on melko pysyvä ja sitä voi olla vaikea muuttaa myöhemmässä vaiheessa. (Lahtinen 2001, 56.) Palvelun laatua voidaan kehittää vain asiakaslähtöisesti, jolloin on tiedettävä mitä asiakkaat odottavat. Tästä syystä, ohjelman kehittämisen alkumetreiltä asti, olimme jatkuvasti yhteydessä asiakkaisiin, ja näin pystyimme parhaiten varmistamaan sen mitä he palvelulta etukäteen odottivat.

Monissa tutkimuksissa on havaittu, että palvelukokemus harvoin ylittää ihannetasoa tai edes ylittää tälle tasolle, vaikka asiakas ilmoittaisi olevansa tyytyväinen. Laatumielikuva taas muodostuu, kun asiakas vertaa palvelukokemustansa omiin odotuksiinsa palvelun suhteen. Asiakas pitää palvelun laatua parempana kuin se oikeasti onkaan, silloin kun odotukset ja käsitykset yrityksen imagosta ovat myönteiset. (Lahtinen 2001, 56.)

Asiakkaan kokemus laadusta muodostuu sekä palvelun lopputuloksesta että itse palveluprosessista. Joskus tapa jolla palvelu suoritetaan, saattaa olla asiakkaalle jopa tärkeämpi, kuin palvelun lopputulos (Ylikoski 1999, 118). Kohdeyrittäjällä vuorovaikutus oli ennen ohjelman käyttöönottoa henkilökohtaista, eikä verkossa toimivan ohjelman varassa. Tällöin myös itse palveluprosessi oli selkeämpi. Tästä syystä onkin erittäin tärkeää, että valmis ohjelma toimii alusta asti kelpollisesti, eikä epäonnistumisille juurikaan ole tällöin tilaa. Muutoin asiakkaan käsitykset yrityksen imagosta saattavat muuttua, jolloin myös palvelun laatu asiakkaan silmissä heikkenee.



Kuva 2: Palvelun laatumielenkuvaan vaikuttavat asiat (Lahtinen 2001, 55).

3.3 Riskien kartoittaminen ja hallinta

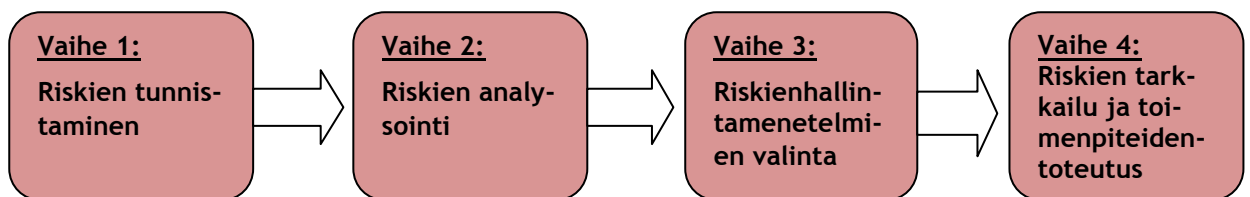
Tämän päivän yritystoiminnassa riskienhallinta korostuu jatkuvasti. Tästä huolimatta monissa yrityksissä ei tehdä konkreettisia riskikartoituksia, eikä riskienhallintaa osata oikeastaan edes hyödyntää. Erityisesti pienillä ja keskisuurilla yrityksillä riskejä pyritään hallitsemaan käyttämällä maalaisjärkeä, tietoa, kokemuksia ja vaistoa. (Kuusela & Ollikainen 2005, 13.)

Juvosen ym. (2005, 7) mukaan riskienhallinnan näkökulmasta riskiin liittyy kolme tekijää, jotka vaikuttavat siihen millaisena riski koetaan. Nämä tekijät ovat 1) tapahtumaan liittyvä epävarmuus, 2) tapahtumaan liittyvät odotukset ja 3) tapahtuman laajuus ja vakavuus. Esimerkiksi epävarmuutena esiintyy kehitettävässä ohjelmassa se, että se kehitetään alusta alkaen, jolloin minkäänlaista varmuutta sen toimivuudesta ei ole. Odotukset taas liittyvät ohjelmassa siihen, että sen toivotaan olevan tulevaisuudessa koko organisaation käytössä. Laajuus ja vakavuus liittyvät siihen, että Live Nation on kerinnyt hankkimaan jo suuren asiakas-

pohjan, ja ongelmat ja väärinkäsitykset ohjelman suhteen voivat ajaa asiakkaat kilpailijan syyliin.

Riskienhallinnalle on olemassa useita erilaisia määritelmiä. Olennaista kaikissa määritelmissä on kuitenkin se, että riskienhallinta on yrityksessä sellaista toimintaa, jonka tarkoituksena on tunnistaa riskejä sekä torjua ja minimoida niistä aiheutuvia menetyksiä. Riskienhallinnan tavoitteena on siis estää epämieluisien ja haitallisten tapahtumien esiintyminen. (Kupi, Ilomäki, Talja, Sillanpää & Lönnqvist 2008, 13.)

Riskien hallinta määritetään nelivaiheiseksi prosessiksi, joka alkaa riskien tunnistamisesta ja päättyy riskien tarkkailuun ja toimenpiteiden toteutukseen. Riskienhallinta vaatii riskien havaitsemista, koska vain tunnistettuun tietoon pystytään varautumaan. (Juvonen ym. 2005, 25.)



Kuva 3: Riskienhallinnan vaiheet (Juvonen ym. 2005, 5).

Riskien tunnistamisen jälkeen siirrytään riskien analysointiin. Kullakin yrityksellä on omat erilaiset riskinsä, joten myös niiden analysointi on hyvä toteuttaa yritys- ja riskikohtaisesti. Riskien analysoinnin tarkoituksena on, että yritys pystyy priorisoimaan ja vertailemaan eri riskejä. (Juvonen ym. 2005, 47.) Seuraava vaihe riskienhallintaprosessissa on yritykselle sopivien riskienhallintamenetelmien valinta. Samaa menetelmää ei suositella käytettävän kaikkien riskien hallitsemiseksi, vaan kullekin riskille tulee valita omansa (Juvonen ym. 2005, 47).

Viimeinen vaihe riskienhallintaprosessissa on riskien tarkkailu sekä toimenpiteiden toteutus. Jotta riskienhallinta saadaan yrityksessä mahdollisimman tehokkaaksi, on sitä harjoitettava jatkuvasti. Riskejä tulee tällöin tarkkailla systemaattisesti, jotta yritys hallitsee riskit myös tulevaisuudessa. Riskien tarkkailun perimmäisenä tavoitteena on yrityksen tulevaisuuden turvaaminen myös silloin, kun asiat eivät suju suunnitelmien mukaisesti. (Juvonen ym. 2005, 30-31.)

4 Käytetyt tutkimusmenetelmät

Kehitystehtävä on laadultaan pääasiallisesti kvantitatiivinen ja tällaisessa tutkimuksessa kyselylomake on usein tiedonkeruun menetelmänä. Kyselylomakkeen lisäksi käytin tutkimusmetodina haastattelua, joka tekee tutkimuksesta myös osaltaan kvalitatiivisen.

4.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on tilastollista tutkimusta. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Se siis vastaa kysymyksiin mikä, missä, kuinka paljon ja kuinka usein. (Heikkilä 2008, 16-17.)

Aloitin tutkimuksen suunnittelemalla kyselylomakkeen. Kyselylomakkeella on tarkoitus mitata teoriaa tutkimusongelmaan liittyen, joten kysymykset tulee olennaisesti liittyä asiaan jota mitataan. Ojasalon (2009, 93 - 94) mukaan kvantitatiiviseksi katsotaan menetelmät, joissa esimerkiksi kyselylomakkeen avulla kysytään samoja tietoja samassa muodossa suurelta joukolta ihmisiä. Tällöin otetaan siis suurehko otos tietystä kohteena olevasta perusjoukosta, pyydetään heitä arvioimaan tutkimuskohteita esimerkiksi tiettyjen väittämien perusteella ja tehdään johtopäätöksiä näin saatujen tulosten perusteella. Jotta voidaan laatia kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän mukaisia kyselyjä, täytyy tutkimuskohde tuntea niin hyvin, että siitä on mahdollista tehdä täsmällisiä kysymyksiä tai väitteitä (Alasuutari 2007, 34 - 37).

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saatuja tuloksia havainnollistetaan usein erilaisilla kaavioilla ja taulukoilla, kuten pylväsdiagrammeilla ja ympyräkuvioilla (Ojasalo 2009, 93 - 94). Tuloksia ei voi kuitenkaan esittää pelkästään kuvina ja taulukoina, vaan niitä tulee myös tulkita ja selittää. Tutkimuksen tuloksia on tarkoitus myös pohtia ja tehdä niistä johtopäätöksiä. (Alasuutari 2007, 34 - 37.)

4.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen tutkimus on laadullista, joka vastaa kysymyksiin miksi, miten ja millainen. Otoskoko on suppea ja harkinnanvaraisesti koottu (Heikkilä 2008, 17). Taloustutkimus Oy:n (2007) mukaan pääpaino on numeeristen arvioiden sijaan mielipiteissä sekä syiden ja seurausten arvioinnissa. Tutkimuksessa keskitytään saamaan tuloksia haastatteluiden pohjalta.

Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin mitä, miksi ja kuinka; se on luonteeltaan kuvailevaa, diagnosoivaa, arvioivaa ja luovaa. Laadullista otetta hyödynnetään paljon muun muassa uusien tuotteiden ja markkinointikonseptien esitestaamisessa. (Taloustutkimus 2007.)

Hirsjärvi yms. (2004, 151 - 155) mukaan laadullinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ja sen pyrkimyksenä on saada tutkittava ilmiö tai asiakokonaisuus mahdollisimman hyvin esille aineiston monipuolisen tarkastelun kautta.

Laadullisen tutkimuksen toteutuksessa on huomioitava myös tutkijan keskeinen rooli toimijana ja havaintojen tekijänä. Tutkijan olemassa olevat ennako-oletukset aiheen osalta on tärkeää tiedostaa, koska aikaisemmat kokemukset vaikuttavat tehtyihin havaintoihin. (Eskola & Suoranta 2001, 20.)

Kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusta voidaan käyttää myös yhdessä. Tällöin kvantitatiivisessa mittauksessa saatuja tuloksia voidaan syventää kvalitatiivisella tutkimuksella, esimerkiksi haastattelun muodossa. Tällä tavalla tässä opinnäytetyössä yhdistetään nämä kaksi tutkimusmenetelmää.

4.3 Tutkimusmenetelmien käyttö

Tässä opinnäytetyössä kvantitatiivisen tutkimuksen avulla pyritään selvittämään asiakastyytyväisyyttä sekä palvelun laatua. Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä toimii kyselylomake. Tutkimus osoitetaan koko perusjoukolle, joten kysymyksessä on kokonaistutkimus. Otokoko on tutkimuksessa melko suuri, koska tutkimus osoitetaan kaikille Live Nation Finland Oy:n henkilöstövuokrauksen 76 asiakkaalle.

Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla pyritään taas riskien kartoitukseen ja hallintaan. Keskustelunomainen haastattelu valittiin osaksi tätä opinnäytetyötä, koska kyselyn tulosten analysoimiseksi tarvitaan sellaista tietoa, joka koskee henkilöiden mielipiteitä, kokemuksia ja havaintoja (Heinonen 2008). Haastattelu suoritetaan kahdelle suurimmalle asiakkaalle, jotka olivat mukana myös ohjelman testivaiheissa.

4.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Kyselyn avulla oli tarkoitus selvittää asiakastyytyväisyyttä ohjelma-palvelun laatuun asiakkaan näkökulmasta. Kyselylomake testattiin etukäteen kahdella asiakkaalla. Kyselylomake osoitettiin yhteensä 76 asiakkaalle, joista vastauksia saatiin yhteensä 64 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 84,2 %. Katoprocentti on tällöin siis vain 15,8 %. En joutunut hylkää-

mään yhtäkään lomaketta puutteellisten tietojen vuoksi, joten katoprosentti muodostuu täysin palauttamattomien lomakkeiden määrästä.

Kyselylomakkeen yhteyteen liitin saatekirjeen ja yhteystietoni, ja itse lomakkeesta tein mahdollisimman yksinkertaisen, jotta kysymyksiin olisi helppo ja nopea vastata. Tässä tutkimuksessa oli kyseessä kokonaistutkimus, joten otantavirhettä ei ollut. Valehtelua tuskin tapahtui, koska kyselylomakkeessa ei ollut mahdollisuutta asioiden kaunisteluun ja kaikki lomakkeet käsittelin nimettöminä.

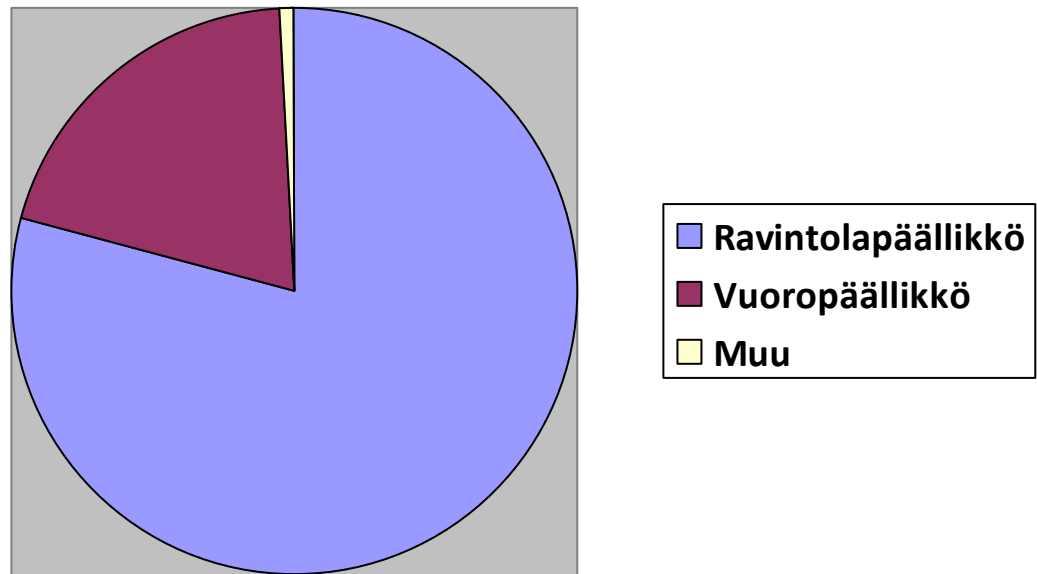
5 Tutkimustulokset

Näissä luvuissa puran asiakastytyväisyyskyselyn (liite 1) sekä haastattelun (liite 2) tulokset. Asiakastytyväisyyskyselyn tulokset purin prosenttilukuihin, jotta niitä on helpompi ymmärtää. Haastattelun tulokset jäsensin ja tiivistin toimivaksi kokonaisuudeksi.

5.1 Asiakastytyväisyyskyselyn tulokset

Kuten jo aiemmin on mainittu, vastausprosentti, oli yllättävän hyvä. 76 asiakkaasta 64 vastasi, jolloin vastaamatta jätti ainoastaan 12 asiakasta. Vastaajien asema asiakasyrityksessä vaihteli seuraavasti: ravintolapäälliköitä oli 87 %, vuoropäälliköitä 22 % ja muina esiintyi ravintolan omistajia 1 % vastanneista (Kuvio 4).

Asiakassuhteen kesto vaihteli jonkin verran. Vastanneista 47% on ollut kohdeyrityksen asiakkaana 1-2 vuotta, 26 % taas 2-3 vuotta. Vastanneista 15 % on ollut asiakkaana alle vuoden ja 12 % yli kolme vuotta asiakassuhteessa kohdeyrityksen kanssa. Jos asiakassuhde on kestänyt yli vuoden, on asiakkailta tällöin jo jonkinlainen kokemus tilanteesta ennen ohjelman käyttöönottoa, ja he helpommin vertaavat tilannetta aikaan jolloin ei vielä ohjelmaa ollut käytössä. Jos asiakassuhde on kestänyt vasta alle vuoden, he todennäköisesti arvioivat vain nykyistä tilannetta.

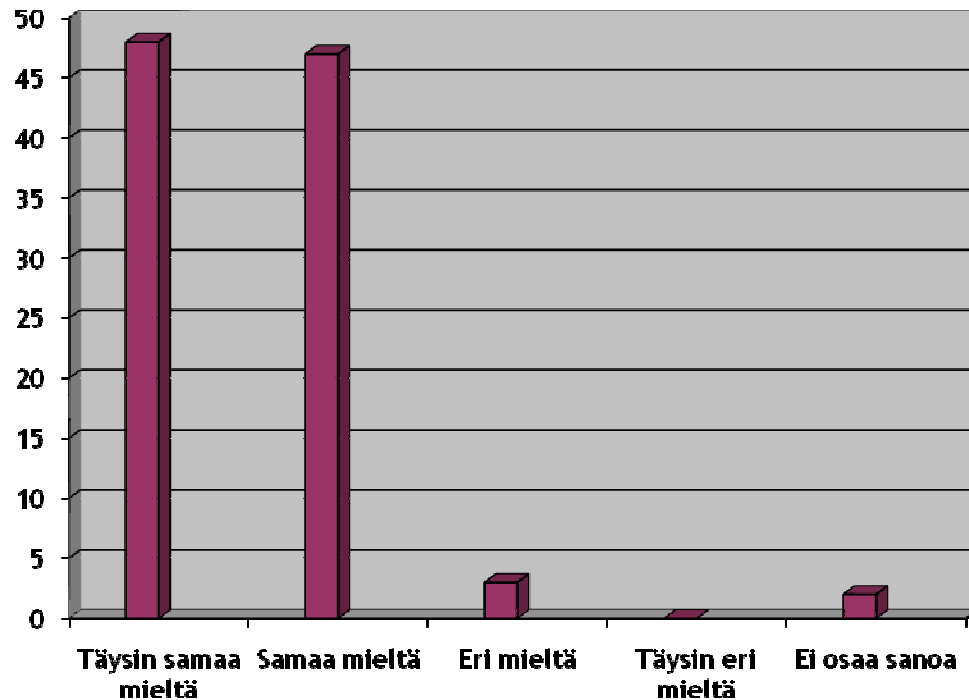


Kuva 4: Asiakkaan asema.

Ensimmäinen kysymys asiakastyytyväisyyslomakkeessa oli ohjeistuksesta, joka annettiin ennen ohjelman käyttöönottoa. Ohjeistuksen suhteen asiakkaat olivat vastausten perusteella erittäin tyytyväisiä. Jopa 74 % oli sitä mieltä, että heidän saamansa ohjeistuksensa oli erittäin selkeä. Vastanneista 26 % taas oli sitä mieltä että ohjeistus oli selkeä. Joten tähän ainakin voi olla vastausten perusteella tyytyväinen. Tyytyväisyys tähän on mitä ilmeisimmin niin korkea siitä syystä, että ohjeistus annettiin henkilökohtaisesti jokaiselle asiakkaalle.

Kysyttäessä ohjelman käyttöönoton helppoutta, 62 % oli sitä mieltä, että se oli erittäin helppoa. Hyvä ohjeistus on todennäköisesti ollut avaintekijänä tässä vastausluokassa. Vastanneista 38 % taas oli sitä mieltä, että ohjelman käyttöönotto oli helppoa. Hyvä puoli on se, että ei tullut ainoatakaan negatiivisävytteistä vastausta. Tämä kertonee sen, että ohjelma on tehty helpoksi käyttää. Ohjelman ulkonäön selkeyden suhteen vastanneet olivat myös melko samaa mieltä. Vastanneista 54 % oli sitä mieltä, että ohjelman ulkoasu oli erittäin selkeä, kun 46 % taas sitä mieltä, että selkeä. Myöskään tähän kysymykseen ei tullut eriäviä vastauksia, joka kertoo siitä, että ohjelman ulkoasu on tehty tarpeeksi selkeäksi.

Seuraavassa kysymyksessä pyydettiin arvioimaan väitteitä koskien ohjelmaa. Ensimmäinen väite oli, että ”ohjelman käyttö on vaivatonta” (Taulukko 1), johon vastaukset jakautuivat seuraavasti: 48 % oli täysin samaa mieltä, 47 % samaa mieltä, 3 % eri mieltä ja 2 % ei osannut sanoa. Eriävät mielipiteet voi päätellä siitä johtuvaksi, että asiakkaiden tarvitsee itse tehdä enemmän töitä tilataksaan tilapäistyöntekijöitä ja näitä eriäviä mielipiteitä on antanut juuri sellaiset asiakkaat, jotka ovat olleet kauan asiakkaitamme. Osasy asiakassuhteen jatkuvuuteen on ollut aikaisempi henkilökohtainen palvelu, jota ohjelman käyttöönoton jälkeen ei enää niin paljon ole. Ne 2 % jotka eivät osanneet sanoa, eivät luultavasti ole vielä tarvinneet ohjelmaa tilataksaan tilapäistyöntekijöitä.



Taulukko 1: Ohjelman käyttö on vaivatonta.

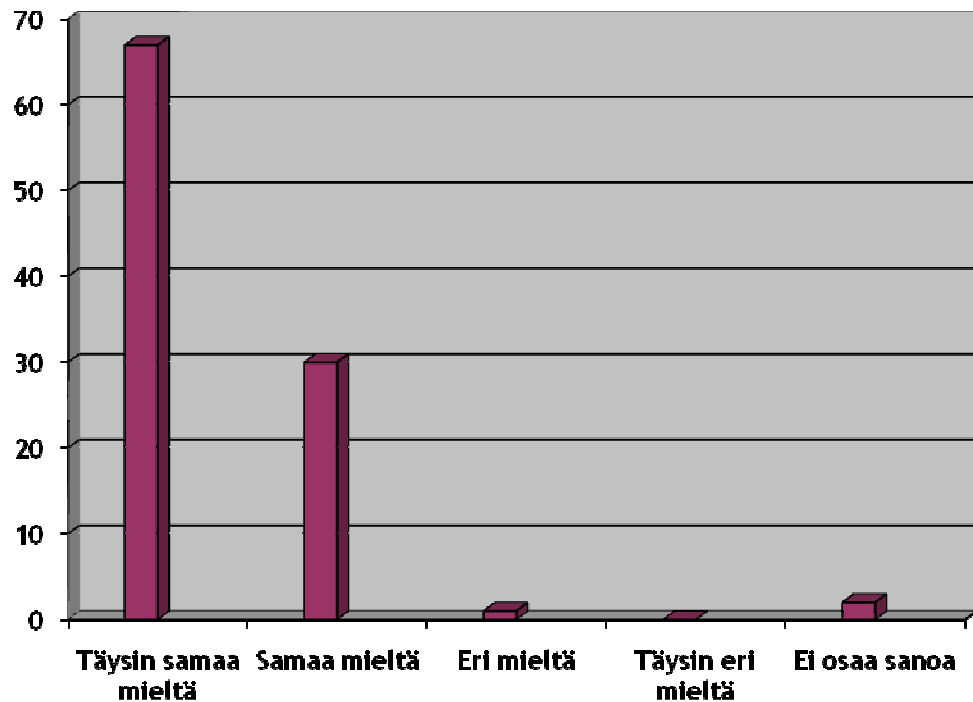
Toinen väite koski tilapäistyöntekijöiden tilaamisen helppoutta ohjelman avulla. Vastanneista 42 % oli täysin samaa mieltä, 55 % samaa mieltä ja 3 % ei osannut sanoa. Kolme prosenttia, jotka eivät osanneet sanoa, eivät todennäköisesti olleet vielä käyttäneet ohjelmaa työntekijöiden tilaamiseen. Kolmantena väitteenä oli ”Työtuntien vahvistaminen on nopeaa”. Vastanneista 74 % oli täysin samaa mieltä ja 22 % samaa mieltä, kun taas 4 % vastanneista oli eri mieltä. Tämä johtuu siitä, että ennen ohjelman käyttöönottoa asiakkaat useimmiten vahvistivat tunnit vasta laskun mukana menneen työtuntierittelyn mukaan. Jos tunnit eivät täsmänneet, tuli lasku lähettää uudelleen ja korjata työntekijän maksettu palkka seuraavassa palk-

ka-ajossa. Ohjelman myötä heidän tuli vahvistaa tunnit palvelimessa ennen palkkojen maksuun menoa, joka tietenkin on järkevämpää prosessia ajatellen, mutta vaatii heiltä enemmän työtä.

Neljäntenä väitteenä oli ”Palautteen antaminen on vaivatonta”. Vastanneista 82 % oli täysin samaa mieltä, 11 % samaa mieltä, 5 % erimieltä ja 2 % ei osannut sanoa. Aikaisemmin palautte annettiin puhelimitse, jolloin oli tietenkin aina joku ottamassa palautteen vastaan ja välittämässä sen eteenpäin. Ohjelman myötä palautetta pystyi antamaan ohjelman kautta sähköisesti, ja se antaa asiakkaalle epävarman olon palautteen perille menosta. Viimeinen väite koski ei toivottujen-työntekijöiden poistoa asiakkaan työntekijälistalta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että asiakas voi halutessaan poistaa omista tiedoistaan työntekijän, jota ei halua enää töihin. Vastanneista 69 % oli täysin samaa mieltä siitä että se on helppoa, 27 % samaa mieltä ja 4 % ei osannut sanoa.

Viimeisenä kysymyslomakkeessa tuli väittämiä koskien yhteistyötä. Vastanneista 98 % oli täysin samaa mieltä siitä, että yhteistyö on toimivaa ja loput kaksi prosenttia samaa mieltä. Seuraava väite koski yhteydenpidon riittävyttä, ja 71 % oli täysin samaa mieltä siitä, että se on riittävää. 23 % oli samaa mieltä ja 6 % eri mieltä. Yhteydenpitoon tulisikin kiinnittää enemmän huomiota nyt, kun palvelu on täysin ohjelman varassa.

Vastaaajista 67 % oli täysin samaa mieltä siitä, että ohjelman käyttöönotto on helpottanut tilapäistyöntekijöiden tilaamista. 30 % oli samaa mieltä, 1 % eri mieltä ja kaksi prosenttia ei osannut sanoa (Taulukko 2). Kaiken kaikkiaan ohjelman käyttöönotto on ollut siis kannattavaa vastanneiden mielestä.



Taulukko 2: Ohjelman käyttöönotto helpottanut tilaamista.

5.2 Haastattelu

Tässä luvussa kerron haastattelusta ja sen mukana ilmenneistä ongelmista asiakkaiden näkökulmasta. Ohjelma oli näiden kahden asiakkaan testikäytössä neljä kuukautta ennen haastattelua, jonka aikana ohjelmaa kehitettiin jatkuvasti asiakkaiden toiveet mukaan lukien. Näiden neljän kuukauden aikana pyrittiin minimoimaan mahdolliset ongelmat ohjelman käytön suhteen.

Haastateltavien mielestä ohjelma vastaa heidän tarpeitaan tilapäistyöntekijöiden suhteen monellakin eri tavalla. Heidän mielestään ohjelman peruspilarit olivat kunnossa, mutta tulisi tehdä tarkkoja tutkimuksia siitä, mitä ongelmia tai riskejä ohjelman käytön suhteen voisi tulla.

Heidän suurimmat huolensa kohdistuivat yksimielisesti palvelimen toimivuuteen, ja siihen, miten ohjelman palvelinta ylipäätään ”pidettäisiin silmällä”. Koska palvelin automaattisesti lähettäisi tekstiviestillä asiakkaan haluamat vuorot hakuun osoittamilleen työntekijöille, tulisi heidän mielestään olla olemassa jonkinlainen päivystys ongelmatilanteiden varalle 24

tuntia vuorokaudessa. Tähän ongelmaan liittyen he myös totesivat, että he eivät edes välttämättä tietäisi ongelmia olevan, jos ohjelma reagoi normaalisti ja kuittaa lähetetyt viestit.

Ongelmien havaitseminen olisikin näiden asiakkaiden mielestä suurin ongelma. Ohjelman ollessa testikäytössä juuri tällaisiin ongelmiin yritimmekin puuttua keksimällä erilaisia tapoja, ettei ongelman havaitseminen jäisi asiakkaan harteille. Muita ongelmia joita asiakkaat huomasivat testikäytössä, olivat muun muassa se, että ohjelma ei toiminut täysin reaaliajassa ja työntekijät pystyivät vahvistamaan päällekkäisiä työvuoroja, joka johti siihen, että tilattuun työvuoroon saattoi tulla useampi työntekijä. Pahimmassa tapauksessa haastateltavien mukaan avoin työvuoro jäisi täyttämättä, ja he asiakkaana, joutuisivat pulaan.

Haastateltavat olivat sitä mieltä, etteivät välttämättä tarvitsisi lisätietoja ohjelmasta ja sen käytettävyydestä, koska ohjeistus sen käyttöön oli jo riittävän kattava. Mutta he eivät olleet varmoja siitä, että tarvitsisiko joku toinen ohjelmaa vähemmän käyttävä, jotain lisätietoja.

6 Yhteenveto

Tässä luvussa tulevat ilmi yhteenveto tuloksista, vastaus tutkimuskysymykseen ja tavoitteiden toteutuminen. Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada aikaan toimiva ohjelma, joka palvelee sekä itse yrityksen että asiakkaiden tarpeita. Tutkimuksessa yhdistettiin kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta ja sen lähteinä käytettiin teoriaa, asiakastyytyväisyyskyselyä ja haastattelua.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä asiakaspalveluprosessia toimivammaksi sekä vaivatommaksi asiakkaan näkökulmasta. Kun ohjelma oli kehitelty ja oli päästy toivottuihin lopputuloksiin, mitattiin asiakkaiden tyytyväisyyttä palvelun laatuun asiakaskyselyn (liite 1) avulla. Opinnäytetyössä tutkittiin myös riskien hallintaa ja kartoitusta, joita selvitettiin haastattelun (liite 2) muodossa kahdelta asiakkaalta, jotka olivat olleet prosessissa mukana alusta asti.

Uuden ohjelman suhteen asiakkaat olivat kaiken kaikkiaan tyytyväisiä. Asiakaskyselyn tuloksista päätellen, asiakkaat olivat erittäin tyytyväisiä annettuun ohjeistukseen, joka kertoo siitä, että ohjelman käyttö tämän jälkeen on ollut vaivatonta. Tuloksissa ilmeni myös, että ohjelman käyttö on helppoa, ja että ohjelman ulkoasu on riittävän selkeä. Suurin osa vastanneista oli myös sitä mieltä, että tilapäistyöntekijöiden tilaus ohjelman kautta on helppoa, kuten myös tuntien vahvistaminen. Osa tosin oli sitä mieltä, että työtuntien vahvistaminen ohjelman kautta vaatii heiltä ylimääräisiä ponnisteluja. Palautteen antaminen ohjelman kautta oli suurimman osan mielestä erittäin helppoa, kuten myös ei toivottujen työntekijöiden poistaminen asiakaskohtaiselta listalta.

Kyselylomakkeen väitteet koskien kohdeyrityksen ja asiakkaan yhteistyötä vahvistivat sen, että ohjelma on varmasti parantanut palvelun laatua henkilöstövuokrauksessa. Asia, johon tulisi kuitenkin kiinnittää enemmän huomiota, on se, että asiakkaisiin tulisi olla silti yhteydessä mahdollisimman paljon. Ohjelman käyttäminen mahdollistaa sen, että palvelu toimii täysin verkkopohjaisena ja ns. automaattisena, jolloin henkilökohtaista kontaktia asiakkaaseen ei enää ole. Ehdottaisinkin, että kohdeyrityksen henkilökunta olisi vähintään kuukausittain yhteydessä asiakkaisiin, vaikka puhelimitse, tai jopa paikanpäällä käymällä.

Haastattelun kautta pyrin kartoittamaan mahdollisia riskejä ohjelman käytön suhteen. Haastattelu oli keskustelunomainen ja se käytiin testijakson jälkeen. Testiasiakkaisiin oltiin myös yhteydessä koko testijakson ajan, jolloin ilmi tulleille ongelmille vielä voitiin jotain tehdä. Suurin osa vastauksista siis liittyikin testijaksoon.

Haastateltavien suurimmat huolet kohdistuivat palvelimen toimivuuteen, ja siihen, että valvoisiko joku tilannetta käytännössä koko ajan. Myös ongelmien havaitseminen oli heidän mielestään suuri riskitekijä. Testijakson aikana tulimmekin kohdeyrityksessä siihen lopputulokseen, että ohjelmalla tulisi olla jatkuvasti ”valvova silmä”, joka tarkkailee sen toimivuutta ja hoitaa ongelmat sitä mukaan kuin niitä tulee. Yhteistyökumppanimme Codeco Solutions Oy sai tämän tehtävän. Kaikki vuorohaut, jotka lähtivät palvelimelta, menivät myös niin sanottuun päivystyspuhelimeen, jotta kohdeyrityksessä oltaisiin tietoisia tapahtumista jatkuvasti. Myös työntekijöiden vahvistukset avoimiin vuoroihin kiersivät kohdeyrityksen kautta. Näin pystyimme varmistamaan, että kaikki toimi kuten pitikin, ja mahdolliset ongelmat havaittaisiin ajoissa.

Tutkimuskysymyksellä ”Miten kehittää asiakaspalveluprosessia?” haettiin vastausta siihen, mitä keinoja käyttämällä ohjelmasta saataisiin paras mahdollinen hyöty, sekä tuli myös selvittää, mistä asiakaspalveluprosessi koostuu, ja miten palvelun laatua voidaan kehittää. Ohjelman kehittäminen auttoi asiakaspalveluprosessia kohdeyrityksessä, koska tämän avulla tilapäistyöntekijöiden tilaaminen helpottui, ja myös työtuntien vahvistaminen automatisoitui. Tulisi kuitenkin muistaa, että kohdeyrityksen pitäisi ylläpitää asiakassuhteitaan muilla tavoin nyt, kun palvelu on täysin verkossa toimiva. Asiakaspalveluprosessia tulisikin kehittää kuunnellen asiakkaan odotuksia, mutta olla unohtamatta myös kohdeyrityksen tarpeita.

Tässä opinnäytetyössä pääsin syventämään jo oppimiani asioita, mutta myös oppimaan uutta muun muassa syventymällä riskien kartoittamiseen ja hallintaan, niin teorian pohjalta kuin käytännössäkin. Myös itse ohjelman kehittäminen oli erittäin mielenkiintoista.

Kehitystehtävä onnistui täyttämään tavoitteensa. Kohdeyritys sai kaipaamansa tiedon asiakas-tyytyväisyydestä uuden ohjelman kehittämisen jälkeen, sekä kehitystehtävään liittyvä tutkimus auttoi kohdeyritystä myös kartoittamaan ja hallitsemaan mahdollisia riskejä ohjelman käytön suhteen.

Lähteet

Alasuutari, P. 2007. Laadullinen tutkimus. Jyväskylä: Gummerus.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2001. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere; Vastapaino.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki; Tammi.

Juvonen, M., Korhonen, H., Ojala V., Salonen T. & Vuori H. 2005. Yrityksen riskienhallinta. Helsinki: Suomen vakuutusalan koulutus ja kustannus.

Kuusela, H. & Ollikainen, R. 2005. Riskit ja riskienhallinta. Tampere University Press.

Lahtinen, J. & Isoviita A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus.

Lecklin, O., 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Hämeenlinna: Talentum.

Mäntynevä, M. 2003. Asiakkuuden hallinta. Vantaa: WSOY.

Oakland, J.S. 1998. Total quality Management. Cornwall: Reed Elivier plc Group.

Ojasalo, K., Moilanen T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro

Suominen, A. 2003. Riskienhallinta. 3. uudistettu painos. Vantaa: WSOY.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otava.

Sähköiset lähteet

Heinonen, J. Ohje tutkimussuunnitelmaan. 5. päivä. Viitattu 15.09.2009.
http://opko.laurea.fi/~jarhein/Tutkimussuunnitelma/Ohje/uusi_sivu_5.htm

Kupi, E., Ilomäki, S-K., Talja, H., Sillanpää, V. & Lönnqvist, A. 2008. Aineettoman pääoman riskienhallinta. Riskit ja riskienhallinnan käytännöt yrityksissä. Viitattu 04.10.2009.
<http://www.vtt.fi/inf/pdf/workingpapers/2008/W104.pdf>

Taloustutkimus Oy. 2007. Kvalitatiivinen tutkimus. Viitattu 14.09.2009.
http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/

Kuviot

Kuva 1: Tutkimuskysymys ja mitä kautta aihetta tutkitaan	8
Kuva 2: Palvelun laatumielenkuvaan vaikuttavat asiat (Lahtinen 2001, 55).	13
Kuva 3: Riskienhallinnan vaiheet (Juvonen ym. 2005, 5).	14
Kuva 4: Asiakkaan asema.	18

Taulukot

Taulukko 1: Ohjelman käyttö on vaivatonta.	19
Taulukko 2: Ohjelman käyttöönotto helpottanut tilaamista.	21

Liite 1. Asiakastyytyväisyyskysely

LIVE NATION FINLAND OY
 ASIAKASTYYTYVÄISYYSLOMAKE



Lomakkeen palauttaminen 30.5.2009 mennessä.

Kyselyn toteuttaa Live Nation Finland Oy.

Kaikki tiedot käsitellään luottamuksellisesti.

1. Asiakasravintolan nimi (vapaaehtoinen) _____

2. Vastaaajan asema asiakasravintolassa

- Ravintolapäällikkö
- Vuoropäällikkö
- Muu mikä? _____

3. Asiakassuhteen kesto Live Nation Finland Oy:n kanssa

- Alle vuosi
- vuosi - 2 vuotta
- 2 vuotta - 3 vuotta
- Yli 3 vuotta

Rastita seuraavissa kysymyksissä mieluisin vaihtoehto.

4. Kuinka selkeä oli saamanne ohjeistus ohjelman käyttöön?

- | Erittäin selkeä | Melko selkeä | Ei selkeä | Ei lainkaan selkeä | En osaa sanoa |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5. Oliko ohjelman käyttöönotto helppoa?

Erittäin helppoa	Melko helppoa	Vaikeaa	Erittäin vaikeaa	En osaa sanoa
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Millainen ohjelman ulkoasu on mielestänne?

Erittäin selkeä	Melko selkeä	Ei selkeä	Ei lainkaan selkeä	En osaa sanoa
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Arvioikaa seuraavia ohjelmaa koskevia väitteitä

(1= Täysin samaa mieltä, 2= Samaa mieltä, 3= Eri mieltä, 4= Täysin eri mieltä)

	Täysin samaa mieltä		Täysin eri mieltä		En osaa sanoa
	1.	2.	3.	4.	
Ohjelman käyttö on vaivatonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilapäistyöntekijöiden tilaus on helppoa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Työtuntien vahvistaminen on nopeaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palautteen antaminen on vaivatonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ei toivottujen-työntekijöiden poisto listalta on helppoa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Arvioikaa seuraavia väittämiä koskien yhteistyön toimivuutta

(1= Täysin samaa mieltä, 2= Samaa mieltä, 3= Eri mieltä, 4= Täysin eri mieltä)

	Täysin samaa mieltä		Täysin eri mieltä		En osaa sanoa
	1.	2.	3.	4.	
Yhteistyö on toimivaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhteydenpito Teihin on riittävää	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ohjelman käyttöönotto on helpottanut tilapäistyöntekijöiden tilaamista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Jäikö jotain hampaankoloon? Mielenpitoet tervetulleita!

KIITOS VASTAUKSISTANNE!

Liite 2. Haastattelukysymykset.

- Millä tavalla ohjelma vastaa teidän tarpeitanne tilapäistyöntekijöiden tilaamisen suhteen?
- Mitkä ovat suurimmat huolenne ohjelman käyttöönotossa?
- Millaisia ongelmia luulette ohjelman käytön aiheuttavan?
- Millä tavalla näiden ongelmien ilmentymistä voisi hallita?
- Mikä ongelma olisi mielestänne toteutuessaan vakavin?
- Millaisia tietoja luulette tarvitsevanne lisää ohjelman suhteen?